



CHAIYABOON
— inKnovation —

การวางแผนการเข้าพบลูกค้า อย่างเป็นระบบ

นำเสนอโดย : คุณวิภาวดี สีปานมัน
บ.ชัยบูรณ์ บราเดอร์ส จก. ฝ่ายขายในประเทศ





หัวข้อนำเสนอ

1. บทสรุปของผู้บริหาร
2. ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท และหน่วยงานของท่าน
3. การเรียนรู้ ความคาดหวัง ของลูกค้า ลูกค้าของกระบวนการที่นำเสนอ
4. กระบวนการและวิธีปฏิบัติในอดีต
5. กระบวนการและวิธีปฏิบัติที่ได้ปรับปรุงใหม่
6. การวัดและวิเคราะห์คุณภาพผลการทำงาน
7. ความท้าทายต่อไป
8. ปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการแก้ไข
9. ปัจจัยแห่งความสำเร็จ และความยั่งยืน
10. เอกสารอ้างอิง



1. บทสรุปของผู้บริหาร

ในปัจจุบันการทำธุรกิจ ไม่ว่าจะจะเป็นธุรกิจอะไรก็ตาม ต่างก็มีการแข่งขันกันสูงมาก ในฐานะผู้จำหน่ายสินค้า ก็ต้องปรับกลยุทธ์เพื่อให้แข่งขันกับโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปทุกวัน ผู้ที่เร็วกว่า และผู้ที่รู้จักลูกค้ามากกว่าย่อมได้เปรียบคู่แข่งชั้นเสมอ แต่ก็ต้องคำนึงถึงจรรยาบรรณต่อลูกค้า คู่ค้า คู่ความร่วมมือ คู่แข่งและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน ต้องให้ความสำคัญในการให้บริการต่อลูกค้าอย่างดีที่สุด มุ่งเน้นการรักษาคุณภาพของสินค้าตามมาตรฐาน กำหนดราคาด้วยความเป็นธรรม ลูกค้าก็จะยอมรับและเชื่อถือ ซึ่งถือว่าการเสนอขายนั้นมีชัยไปกว่าครึ่ง

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนการวางแผนก่อนการเข้าพบก็เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ทำให้ผู้แทนการขายเข้าสู่สนามรบด้วยความมั่นใจ



บริษัทฯ มีวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัฒนธรรม องค์การ และค่านิยม ที่ สอดคล้องกันดังนี้

บริษัท ชัยบูรณ์ บราเดอร์ส จำกัด		
<p>วิสัยทัศน์</p> <p>เป็นองค์การจรรยาบรรณที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพของเพื่อนร่วมงาน เพื่อร่วมมือกันสร้างนวัตกรรม และความประทับใจให้กับลูกค้า เพื่อนร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</p>		
<p>พันธกิจ</p> <p>1. สร้างความเป็นผู้นำในธุรกิจที่ดำเนินอยู่ 2. สร้างเสริมการทำงานเป็นทีม 3. สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า</p> <p>4. สร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง 5. สร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับเพื่อนร่วมงาน 6. สร้างสรรค์สิ่งแวดล้อมที่ดี และช่วยเหลือสังคม</p>		
<p>วัฒนธรรมองค์การ 3 กลุ่ม 17 ประการ</p>		
<p>กลุ่มที่ 1 เกี่ยวกับวัตถุประสงค์</p> <p>1. มีจริยธรรม และรับผิดชอบต่อสังคม 2. ความเป็นเลิศที่มุ่งเน้นลูกค้า 3. การนำองค์การอย่างมีวิสัยทัศน์ 4. การเรียนรู้ขององค์การ และของแต่ละบุคคล</p>	<p>กลุ่มที่ 2 เกี่ยวกับวิสัยทัศน์</p> <p>5. การจัดการเพื่อนวัตกรรม 6. การเห็นคุณค่าของเพื่อนร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 7. ทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วมในการสร้างคุณภาพ 8. ให้ความสำคัญกับกระบวนการทำงาน 9. กระบวนการที่ดีไป คือลูกค้าของเรา</p>	<p>กลุ่มที่ 3 เกี่ยวกับวิธีการทำงาน</p> <p>10. ความอ่อนน้อมถ่อมตน 11. ดำเนินการจัดการแบบ PDCA 12. จัดการด้วยข้อมูลจริงในสถานที่จริง 13. แก้ไขปัญหาที่สาเหตุ เน้นการป้องกันก่เกิดปัญหาซ้ำ 14. ใช้กรรมวิธีทางสถิติ 15. จัดลำดับความสำคัญ 16. จัดการเวลาอย่างมีคุณค่า 17. สร้างระบบมาตรฐานที่มีการปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ</p>
<p>ค่านิยม</p> <p>ถูกต้อง = โปรงใส มีจรรยาบรรณ ตรวจสอบได้ ถูกใจ = ยึดถือความประทับใจของลูกค้าเป็นที่ตั้ง ถูกเวลา = จัดการรอบเวลาต่าง ๆ ในกระบวนการที่เกี่ยวข้องให้รวดเร็ว แข่งขันได้ ถูกหลัก = จัดการด้วยหลักการที่สามารถปรับเปลี่ยนให้ยืดหยุ่น เพื่อรองรับกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม</p>		
<p>คำขวัญจรรยาบรรณ</p> <p>จรรยาบรรณ คือรากฐานของความดี ชาว CBG สร้างศักดิ์ศรี ด้วยคุณธรรม</p>		



2. ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทและหน่วยงาน

ประกอบด้วย

- ผู้จัดการฝ่ายขายในประเทศ
- ผู้จัดการเขตพื้นที่
- เจ้าหน้าที่บริหารงานขาย
- เจ้าหน้าที่รับคำสั่งซื้อ
- ผู้แทนการขาย



3. การเรียนรู้ ความคาดหวัง ของลูกค้า ลูกค้าของกระบวนการที่นำเสนอ

ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอนดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า
2. วิเคราะห์ และกลั่นกรอง ข้อมูลลูกค้า
3. การวางแผนและการเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า
4. การนัดหมายลูกค้า

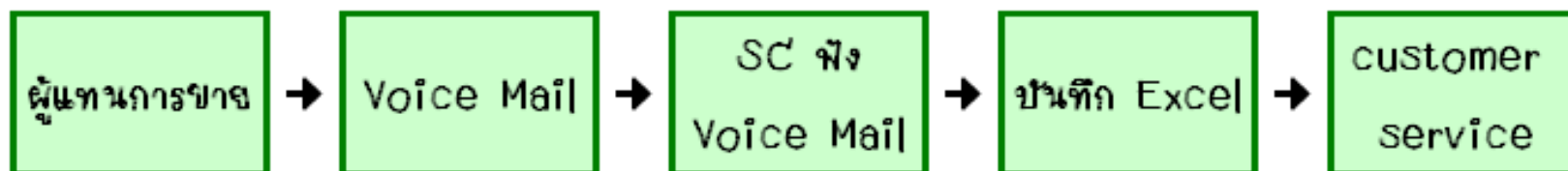


4. กระบวนการและวิธีปฏิบัติในอดีต

กระบวนการวางแผนเข้าพบลูกค้า

- ข้อมูลการขายของลูกค้า
- เขียนแผนการเข้าพบในโปรแกรม Excel
- เขียนรายงานการเข้าพบให้เจ้าหน้าที่ประสานงานขาย เพื่อบันทึกเก็บ

ข้อมูลการบันทึกรายงานการเข้าพบลูกค้า





5. กระบวนการและวิธีปฏิบัติที่ได้ปรับปรุงใหม่

วิธีการปรับปรุงเริ่มจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า จัดทำฐานข้อมูลลูกค้าปัจจุบัน และดูสถิติการเข้าพบลูกค้า แยกตามสัปดาห์ และวันที่ โดยนำข้อมูลปัจจุบันของลูกค้าทุกรายแยกตามกลุ่มธุรกิจ มาวางไว้ในแบบฟอร์มที่จัดทำขึ้น ทำแผนการเข้าพบลูกค้า มีการจัดเตรียมข้อมูลย้อนหลัง เพื่อดูประวัติการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าเกรด A และ B ที่ทำรายได้หลักให้กับบริษัทและดูข้อมูล นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อวางแผนการเข้าพบ รวมถึงการจัดลำดับความสำคัญในการเข้าพบลูกค้าในแต่ละราย

แผนการเข้าพบลูกค้าของผู้แทนการขาย จะต้องมีการวางแผนโดยการนำหลักการ **PDCA**



5. กระบวนการและวิธีปฏิบัติที่ได้ปรับปรุงใหม่ (ต่อ)

ก่อนการวางแผนการเข้าพบต้องจัดทำข้อมูลเพื่อนำมาประกอบการพิจารณาดังนี้

1. จัดทำฐานข้อมูลลูกค้าปัจจุบัน

กลุ่มธุรกิจ	ประเภทกลุ่มธุรกิจ	ประเภทงานพิมพ์
ADV (Advertising)	สื่อโฆษณา	พิมพ์ป้ายแบนเนอร์, พิมพ์ตู้ไฟ, พิมพ์แผ่นลูกฟูก, พิมพ์สติ๊กเกอร์, ไลน์ส, ยามาโมโต
CDC (Credit Card)	บัตรเครดิต	พิมพ์บัตรเครดิต, บัตรวีซ่าธนาคารต่าง ๆ, บัตรพาสปอร์ต
CPD (Compact Disk)	คอมแพคดิส	พิมพ์แผ่นซีดี, ซีดีหนัง, ซีดีเพลง, แผ่นซีดีรวม



5. กระบวนการและวิธีปฏิบัติที่ได้ปรับปรุงใหม่ (ต่อ)

จัดทำ File รายชื่อลูกค้า แบ่งตามกลุ่มธุรกิจ เกรด ผู้แทนการขายที่รับผิดชอบ

กลุ่มธุรกิจ	เกรด	รหัสลูกค้า	บริษัท	ที่อยู่	เบอร์โทร	เบอร์แฟกซ์	ผู้ติดต่อ	ผู้แทนการขาย
ADV	A	A0034	บริษัท ก.ไก่ ซิลค์สกรีน จำกัด	สาทร	0-2319-5100-5	0-2319-5106	คุณวันดี รักษาชาติ	CB567
CDC	B	A0180	บริษัท ดีดีสกรีนแอนด์พริ้นติ้ง จำกัด	ห้วยขวาง	0-2682-1275-78	0-2284-2294	คุณสมชาติ สุขดี	CB567
CPD	A	C0304	บริษัท สุขใจซิลค์สกรีน จำกัด	สายไหม	0-2920-4331-2	0-2920-4337	คุณสมหญิง สุขใจ	CB118
CPD	A	D0006	บริษัท เฮงดี การพิมพ์ จำกัด	ลำลูกกา	0-2923-8801-7	0-2923-8808	คุณเฮง แซ่แต้	CB567



5. กระบวนการและวิธีปฏิบัติที่ได้ปรับปรุงใหม่ (ต่อ)

2. ศึกษาพฤติกรรมการสั่งซื้อของลูกค้า

BU	CUSNO	COMPANY	ITEM_NAME	ITEM	ผลรวม - QTY	ผลรวม - AMOUNT
ADV	A0034	บริษัท ก.ไต้ ซิลค์สกรีน จำกัด	กาวอัดไดอะโซลฟอสฟอรัส สีนํ้าเงิน	U017	3	1439.25
			นํ้ามันกันคั้น	2937BP	1	2995
			ผงล้างแม่พิมพ์	SST002	6	1698.6
			ยางปาดหนา7มม.ตัวยูลีเซียว70-75ช.ไม่มีดํ้าม	SQ7GU	135	2949.75
			ไวแสงสำหรับกาวอัด U017	US017	3	156.75
			สเปรยกาวยึดชิ้นงาน (ไม่ทนความร้อน)	SW82	6	1368
			หมึกพิมพ์พลาสติกพีวีซี สีเงา สีขาว	GPV200	30	9630
			หมึกพิมพ์พลาสติกพีวีซี สีเงา สีนํ้าเงินอ่อน	GPV624	2	659.3
			หมึกพิมพ์พลาสติกพีวีซี สีเงา สีฟ้า	GPV623	3	1088.7
			หมึกพิมพ์โพลีพลาสติกสีแดงสด	MPY0138	5	3220
CDC	A0180	บริษัท ดีดีสกรีนแอนดปรินต์ติ้ง	กาวอัดไดอะโซลฟอสฟอรัส G122 สีฟ้าอ่อน	G122K	104	30992
			นํ้ายาอุดสกรีนทอนํ้ามัน	22997	10	1290
			ผงโลหะ สีทองเข้ม	GP03	2	2454
			ยางปาดหนา9มม.ตัวยูลีเซียว70-75ช.ไม่มีดํ้าม	SQ9GU/R	13	90545
			ยางปาดหนา9มม.ตัวยูลีสีนํ้าเงิน75-80ช.ไม่มีดํ้าม	SQ9BU/R	2	13930
			กุนเจือจางสำหรับหมึกพิมพ์พีวี	GPV090	10	2310
			กุนเจือจางสำหรับหมึกพิมพ์พลาสติก PP ที่ไม่เตรียมผิว	PPU090	5	2900
			ไวแสงผสมกาวอัดไดอะโซลฟอสฟอรัส G122	GS122	104	5616
			หมึกพิมพ์พลาสติกพีวีซี สีเงา สีขาวทึบพิเศษ	GPV290	80	30320
			หมึกพิมพ์พลาสติกพีวีซี สีเงา สีแดงสด (T)	GPV520	55	20680
			หมึกพิมพ์พลาสติกพีวีซี สีเงา สีส้ม (T)	GPV400	17	6069
			หมึกพิมพ์พลาสติกพีวีซี สีเงา สีเหลืองมะนาว (T)	GPV330	20	4620

5. กระบวนการและวิธีปฏิบัติที่ได้ปรับปรุงใหม่ (ต่อ)

File เจาะใจ (ข้อมูลคู่แข่ง) เพื่อใช้ประกอบการวางแผนการเข้าพบ

BU	CUS.	GRADE	CUSTNAME	S-CODE	T-NAME	P-CODE	SUPPLIER	S-OP	QTY	UNIT	PRICE	TOTAL XYZ	หาข้อมูล
ADV	A0034	A	บ.ก.ไถ่ ซิลค์สกรีน จก.	CB567	หมึกพิมพ์พลาสติกพีวีซี สีเงา	TPG310	X-Screen	Y	1	25 กก.	800	800	08/02/10
ADV	A0034	A	บ.ก.ไถ่ ซิลค์สกรีน จก.	CB567	หมึกพิมพ์พลาสติกพีวีซี สีเงา	GPV090	CB	X	1	25 กก.	800	800	08/02/10
ADV	A0034	A	บ.ก.ไถ่ ซิลค์สกรีน จก.	CB567	หมึกพิมพ์พลาสติกพีวีซี สีเงา	TPG110	X-Screen	Y	1	25 กก.	800	800	08/02/10
CDC	A0180	B	บ.ดีดีสกรีน แอนด์พริ้นติ้ง จก.	CB567	หมึกพิมพ์พลาสติก PP ที่ไม่เค...	PPU	X-Screen	Y	1	1 กก.	800	800	08/02/10
CDC	A0180	B	บ.ดีดีสกรีน แอนด์พริ้นติ้ง จก.	CB567	หมึกพิมพ์พลาสติกพีวีซี สีเงา	NPG	X-Screen	Y	1	1 กก.	800	800	08/02/10
CDC	A0180	B	บ.ดีดีสกรีน แอนด์พริ้นติ้ง จก.	CB567	หมึกพิมพ์พลาสติกพีวีซี สีด้าน	MPV	X-Screen	Y	1	1 กก.	800	800	08/02/10
CDC	A0180	B	บ.ดีดีสกรีน แอนด์พริ้นติ้ง จก.	CB567	น้ำมันต่าง ๆ	2966BP	AB ชัพพลาย	Y	1	25 กก.	800	800	08/02/10
CPD	C0304	A	บ.สุขใจซิลค์สกรีน จก.	CB118	หมึกพิมพ์พลาสติกพีวีซี สีเงา	GPV200	AB ชัพพลาย	Y	1	กก.	800	800	08/02/10
CPD	C0304	A	บ.สุขใจซิลค์สกรีน จก.	CB118	หมึกพิมพ์พลาสติกพีวีซี สีเงา	TPG110	AB ชัพพลาย	Y	1	กก.	800	800	08/02/10
CPD	C0304	A	บ.สุขใจซิลค์สกรีน จก.	CB118	หมึกพิมพ์พลาสติกพีวีซี สีเงา	TPG310	AB ชัพพลาย	Y	1	กก.	800	800	08/02/10
CPD	C0304	A	บ.สุขใจซิลค์สกรีน จก.	CB118	หมึกพิมพ์พลาสติกพีวีซี สีเงา	TPG510	AB ชัพพลาย	Y	1	กก.	800	800	08/02/10
CPD	C0304	A	บ.สุขใจซิลค์สกรีน จก.	CB118	หมึกพิมพ์พลาสติกพีวีซี สีเงา	TPG610	AB ชัพพลาย	Y	1	กก.	800	800	08/02/10
CPD	D0006	A	บ.เฮงดี การพิมพ์ จก.	CB567	ผ้าสกรีนโพลีเอสเตอร์	ผ้าสกรีนพร	X-Screen	Z	1	เมตร	800	800	08/02/10
CPD	D0006	A	บ.เฮงดี การพิมพ์ จก.	CB567	ผงโลหะ	SP02	X-Screen	Y	1	กก.	800	800	08/02/10
CPD	D0006	A	บ.เฮงดี การพิมพ์ จก.	CB567	ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดแม่พิมพ์	SSL03K	123Ink	Y	1	1 กก.	800	800	08/02/10

X หมายถึง ลูกค้าที่มีการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง (สินค้า CB)

Y หมายถึง ลูกค้าที่มีการสั่งซื้อสินค้าของคุณแข่งขัน แต่ยังมีโอกาสที่จะแย่งชิงตลาด

Z หมายถึง ลูกค้าที่มีการสั่งซื้อของคุณแข่งขันโดยโอกาสในการแย่งชิงตลาดเป็นไปค่อนข้างยาก



6. การวัดและวิเคราะห์คุณภาพผลการทำงาน

การปฏิบัติงานตามแผนการเข้าพบทำให้ ยอดขายต่อเป้าประเมินเพิ่มขึ้น > 90% โดยจัดทำ ตารางเปรียบเทียบยอดขายในแต่ละเดือนเพื่อเป็นสถิติในการเพิ่มยอดขาย

ตัวอย่างตารางการประเมินผลอัตราส่วนยอดขายต่อเป้าประเมินเพิ่มขึ้นมากกว่า >90 %

เดือน	เป้าประเมินการขาย	ยอดขายปี 2009	คิดเป็น%
มกราคม	5,650,091.00	5,127,213.28	90.00%
กุมภาพันธ์	4,645,337.00	7,675,213.66	165.20%
มีนาคม	8,536,632.50	6,253,882.94	73.26%
เมษายน	3,333,242.50	2,007,366.67	60.00%
พฤษภาคม	3,838,524.50	4,389,458.44	114.35%
มิถุนายน	4,035,987.50	3,697,068.96	91.60%
กรกฎาคม	3,454,402.00	4,413,319.62	127.76%
สิงหาคม	3,603,719.50	4,576,461.64	126.99%
กันยายน	3,657,013.50	6,846,517.00	187.22%
ตุลาคม	3,659,517.00	3,806,559.22	104.02%
พฤศจิกายน	3,627,525.00	4,737,546.82	130.60%
ธันวาคม	3,306,205.00	6,186,093.89	187.11%
รวม	51,348,19.70	61,142,426.04	119.00%



6. การวัดและวิเคราะห์คุณภาพผลการทำงาน (ต่อ)

การวางแผนการเข้าพบโดยใช้หลักแนวความคิดของวงจรบริหารงาน

แบบ PDCA





แผนการขายและผลการเข้าพบลูกค้าของผู้แทนการขาย

กำหนดส่งรายงานนี้ภายใน 1 วันทำการโดย fax:0-2994-5180 หรือโดย e-mail:sripin@chaiyaboon.com, pattanacha@chaiyaboon.com

๘ : BUM - MS

กลุ่มธุรกิจ	CDC รหัสลูกค้า A0180 สถานะ B	ผู้แทนการขาย	คุณศิริรัตน์ วันที่พบลูกค้า 04-พ.ค.-52
ชื่อลูกค้า	บริษัท สยามอินเตอร์เทรดดิ้ง จก. โทรศัพท์ 0-2682-1275	เวลาเข้า	13.10 น. เวลาออก 14.00 น.
ตำแหน่ง	ตำแหน่ง หน.ช่างพิมพ์	รายชื่อ	1/4 <input checked="" type="checkbox"/> พบตามแผน <input type="checkbox"/> ไม่ตามแผน
เวลาที่ลูกค้าสะดวกในการติดต่อ	ก่อนเข้าพบโทรศัพท์นัดลูกค้า	เนื่องจาก	ช่วงงานเลือกตั้ง
ข้อมูลอื่นๆ			
PLAN โดยหมก.BU / หมก.ฝ่ายจัดทำทุกสัปดาห์		DO ผลการเข้าพบลูกค้าโดยผู้แทนการขายกรุณาให้ข้อมูลที่ชัดเจน	
เป้าหมายหลัก ประเด็นสำคัญในการเข้าพบลูกค้า		ประเด็นสำคัญที่ได้จากการเข้าพบลูกค้า	
แผนการนัด G122 พร้อมโคง และยางปัด SQ9GU/R, GPV290		เสนอขายหมึกชุดลดสี NPG, กาวซี G133 (ราคาถูก).	
<input checked="" type="checkbox"/> เสนอขายสินค้าระบุ เสนอขาย G133 และโคง GS133, NPG		รายงานผล 1. เข้าพบคุณพนมเพื่อเสนอขายกาวซีราคาถูก	
<input type="checkbox"/> ติดตามผลการขาย <input type="checkbox"/> แก้ไขปัญหา		รหัส G133 พร้อมโคงชุด ชุดละ 150 ม. เพื่อใช้พิมพ์งานช่วงเลือกตั้ง	
<input checked="" type="checkbox"/> รับคำสั่งซื้อ G122 พร้อมโคงและยางปัด SQ9GU/R, GPV290		จะได้รับงานเร่งกับคู่แข่งในช่วงเลือกตั้งได้ ทางคุณพนมพร้อมแนะนำเสนอขาย	
<input type="checkbox"/> ข้อมูลการตลาด <input type="checkbox"/> ความต้องการแม่ของลูกค้า (ระบุ)		ทางผู้บริหารก่อน และขอตัวอย่างทดลองอีกครั้ง	
คู่แข่งที่ลูกค้าใช้อยู่ปัจจุบันพิมพ์ PVC และ PP Board		2. เสนอขายหมึกชุดลดสี NPG ของ CB เพื่อพิมพ์	
<input type="checkbox"/> รับค.ย. สินค้า <input type="checkbox"/> ส่งค.ย. สินค้า <input type="checkbox"/> เยี่ยมพบ		พลาสติก PP Board ซึ่งคุณพนมจะขอให้ไปเสนอราคาชุดลดสี ให้กับ	
อื่นๆ		ทางบ. สยามอินเตอร์เทรดดิ้ง จก. ผ่านจีดีเอ เพื่อให้เสนอขายทางผู้บริหารพิจารณาเรื่อง	
		ราคา ก่อน ถึงจะขอตัวอย่างไปทดสอบเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่ใช้อยู่ ได้สอบ	
		ตามคุณพนมที่ว่าปัจจุบันใช้สินค้าของใครอยู่ คุณพนมได้แจ้งว่าปัจจุบันได้	
		พิมพ์งาน PP Board และ PVC ใช้หมึกพิมพ์สีเงิน และได้สอบถามรหัส	
		สินค้า Winon พิมพ์ PVC สีเหลือง 04-4222, สีแดง 04-4666, สีน้ำเงิน	
		04-4777, สีดำ 04-4810 (ปริมาณการใช้ ตั้งแต่ 50 กก. - 150 กก. ขึ้นอยู่กับ	
		สี) รับประกันงานพิมพ์ 2 ปี Winpp พิมพ์ PP Board เหลือง 05-4222, สีแดง	
		05-4666, สีน้ำเงิน 05-4777, สีดำ 05-4810 (ปริมาณการใช้ ตั้งแต่ 50 กก.	
		-150 กก. ขึ้นอยู่กับสี) รับประกันงานพิมพ์ 2 ปี Winon ทุกชนิดสีราคา 240 บ.	
		Winpp ทุกชนิดสีราคา 270 บ.	
		G122 ช่วง 2 เดือนที่ผ่านมาสาเหตุที่สั่งซื้อน้อย เนื่องจากไม่มี	
		งานพิมพ์ ส่วนยางปัด SQ9GU/R ยังมี Stock อยู่ ส่วน GPV290 งาน KFC	
		ยังไม่มี Order เข้ามา	
CHECK โดยหมก.BU / หมก.ฝ่ายขายตรวจสอบผลการเข้าพบลูกค้าได้		ACTION ข้อเสนอแนะทำอย่างไรที่จะเสนอขายสินค้าได้	
ตามเป้าหมายของ PLAN อย่างไร		ทำอะไร / ใครทำ / เมื่อไร / ติดตามผลได้อย่างไร	
<input checked="" type="checkbox"/> พบลูกค้าตามข้อมูลGPS <input type="checkbox"/> ไม่ตรงตามGPS		1. G133 สรุปเรื่องราคากับลูกค้าและส่งตัวอย่างทดสอบ	
สรุปผล การเข้าพบตรงตามแผนที่กำหนดที่ G133 ยังต้องรอส่ง		2. NPG ทำใบเสนอราคาเข้าไปและสรุปก่อนค่อยส่งตัวอย่าง	
ส่งตัวอย่างทดสอบก่อน ส่วน NPG ต้องเสนอราคาและสรุปราคาก่อน			
ลงชื่อ คุณศิริรัตน์ หมก.BU วันที่ 04/05/2552		ลงชื่อ คุณศิริรัตน์ หมก.BU วันที่ 04/05/2552	
		ลงชื่อ คุณศิริเจริญ สิริชูธรรม หมก.ฝ่าย วันที่ 08/05/2552	

ตัวอย่าง แผนการขาย และผลการเข้าพบลูกค้าของผู้แทนการขาย



6. การวัดและวิเคราะห์คุณภาพผลการทำงาน (ต่อ)

ประโยชน์ที่ได้ต่อกระบวนการเข้าพบลูกค้า

- ผู้แทนการขาย มีความมั่นใจการเข้าพบ ด้วยข้อมูลที่ครอบคลุมทุกหัวข้อสำคัญ ๆ ที่ต้องการ
- ลดขั้นตอน และเพิ่มประสิทธิภาพ ในการทำงาน
- เข้าพบลูกค้าตามวัตถุประสงค์ และแผนที่ร่วมกันวางไว้
- เข้าถึง และแก้ไขปัญหาลูกค้าได้รวดเร็ว ทันกาล
- นำข้อมูลไปวิเคราะห์ กลับกรองเพื่อใช้ในการวางแผนการขาย ในครั้งต่อ ๆ ไป ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการเข้าพบได้ อย่างเป็นระบบ
- ตรวจสอบสถิติผลการเข้าพบได้อย่างเป็นระบบ
- ทีมงานตระหนัก เข้าใจหน้าที่ ความรับผิดชอบของงาน และให้ความสำคัญต่อกระบวนการถัดไปที่เป็นลูกค้าของเราสร้างยอดขายให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง



6. การวัดและวิเคราะห์คุณภาพผลการทำงาน (ต่อ)

ตารางตรวจสอบสถิติการเข้าพบลูกค้า เพื่อตรวจสอบการเข้าพบลูกค้า ครอบคลุมการให้บริการแก่ลูกค้า ที่รับผิดชอบ รวมถึงการตรวจสอบค่าใช้จ่ายของผู้แทนการขาย เพื่อให้สอดคล้องกับงบประมาณ

สถิติการเข้าพบเดือนมีนาคม 2553

BU	CusCode	Cusname	Grade	เขต	ยอดขาย	Month Target	SALES	1	2	3	4	5	6	7	W1	นับครั้ง	นับรายลูกค้า	รายลูกค้าที่ไม่เข้า
ADV	A0034	บ.ก.ไก่ ซิลค์สกรีน จก.	A	สาทร	3,500.00	5,000	CB567								0	0	0	0
CDC	A0180	บ.ดีดี สกรีนแอนด์พรีนติ้ง จก.	B	ห้วยขวาง	12,473.00	40,000	CB567		1						1	1	1	1
CPD	D0006	บ.เฮงดี การพิมพ์ จก.	A	ลำลูกกา	2,560.00	9,000	CB567								0	0	0	0
ADV	T0093	ร้านโปปลา การพิมพ์	A	บางพลัด	9,874.00	20,000	CB567			1					1	1	1	1
ADV	L0046	หจก.สุนทร แอดเวอร์ไทซิ่ง	B	ปากเกร็ด	5,647.00	9,000	CB567								0	0	0	0
ADV	P0078	ร้านเนาวรัตน์ พรีนติ้ง	A	บางแค	11,250.00	80,000	CB567				1				1	1	1	1
ADV	S0008	ร้านน้ำเย็น สกรีน	C	หลักสี่	2,654.00	5,000	CB567								0	0	0	0
ADV	T0060	บ.สมบัติ ซิลค์สกรีน จก.	A	บางเขน	45,263.00	100,000	CB567			1					1	1	1	1

รวมระยะทาง (กม.)

266 218 111 108 120

ค่าน้ำมัน/1 กม.

1.5 - - 7.4

ค่าน้ำมันรถ

400 - - 800



6. การวัดและวิเคราะห์คุณภาพผลการทำงาน (ต่อ)

ตัวอย่าง ตารางเปรียบเทียบ จำนวนแผนการเข้าพบลูกค้า / การเข้าพบจริง

เกรดลูกค้า	แผนการเข้าพบ	เข้าพบจริง/ราย	% เข้าพบจริง:แผนการเข้า
ADV (A)	56	53	94.64%
ADV (B)	33	32	96.97%
ADV (C)	18	17	94.44%
CDC (A)	5	5	100.00%
CPD (A)	2	2	100.00%



6. การวัดและวิเคราะห์คุณภาพผลการทำงาน (ต่อ)

ตัวอย่างตารางเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายแต่ละสัปดาห์ และจำนวนการเข้าพบลูกค้า

Sale	เดือน	สัปดาห์	จำนวนลูกค้า	จำนวนระยะทาง	ค่าน้ำมัน	ค่าน้ำมัน/กม.	ค่าทางด่วน	ค่าแก๊ส	รวมค่าใช้จ่าย	คชจ./ราย
CB118	มีนาคม	1	14	666	2,200.00	3.3	255	-	2,455.00	175.36
CB118	มีนาคม	2	12	534	2,200.00	4.12	410	-	2,610.00	217.5
CB118	มีนาคม	3	11	597	2,300.00	3.85	305	-	2,605.00	236.82
CB118	มีนาคม	4	10	481	800	1.66	520	-	1,320.00	132
CB118	มีนาคม	5	2	200	-	-	-	-	-	-
CB567	มีนาคม	1	14	651	1,350.00	2.07	100	-	1,450.00	103.57
CB567	มีนาคม	2	15	923	1,400.00	1.52	-	-	1,400.00	93.33
CB567	มีนาคม	3	17	825	1,750.00	2.12	300	-	2,050.00	120.59
CB567	มีนาคม	4	14	557	1,300.00	2.33	150	-	1,450.00	103.57
CB567	มีนาคม	5	2	282	400	1.42	-	-	400	200



6. การวัดและวิเคราะห์คุณภาพผลการทำงาน (ต่อ)

ตัวอย่างแบบประเมินความพึงพอใจการให้บริการ และแก้ไขปัญหา

สำหรับลูกค้า	วันที่	SALE CODE		
ส่วนที่ 1 ชื่อบริษัท	ชื่อผู้ประเมิน	ตำแหน่ง		
ส่วนที่ 2 กรุณาให้คะแนน โดยใส่เครื่องหมาย X ระดับความพึงพอใจตามความคิดเห็นของท่าน				
5 = ดีมาก	4 = ดี	2 = น้อย	1 = น้อยมาก	
รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ			
	5	4	2	1
1. การตรงต่อเวลา				
2. ความรวดเร็วในการให้บริการ				
3. ความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ				
4. ความรู้ ความสามารถตอบคำถามชี้แจงข้อสงสัย				
5. ผลการบริการในภาพรวม				
1) จุดเด่นในการให้บริการ				
2) จุดที่ควรปรับปรุง				



6. การวัดและวิเคราะห์คุณภาพผลการทำงาน (ต่อ)

แบบประเมินการให้บริการด้าน การรับสั่งสินค้าและการเข้าพบของผู้แทนการขาย



ประจำเดือน

Code

ส่วนที่ 1 แบบประเมินการให้บริการด้าน "การรับสั่งสินค้าและการเข้าพบของผู้แทนการขาย"
กรุณาให้คะแนน โดยใส่เครื่องหมาย * ระดับความพึงพอใจตามความคิดเห็นของท่าน

5 = ดีมาก 4 = ดี 2 = น้อย 1 = น้อยมาก

	รายละเอียด	CB				ผู้ขายรายอื่น.....			
		5	4	2	1	5	4	2	1
1	การให้คำแนะนำเบื้องต้นเกี่ยวกับสินค้าของเจ้าหน้าที่รับคำสั่งซื้อ								
2	ความกระตือรือร้น,ความเอาใจใส่, การมีจิตสำนึกในการให้บริการ และการติดตามประสานงาน ของเจ้าหน้าที่ที่ท่านติดต่อ								
3	ความสม่ำเสมอ ของคุณภาพสินค้า								
4	ความเหมาะสมของราคาสินค้าเมื่อเทียบกับคุณภาพ								
5	ความเร็ว ในการแก้ไขปัญหาด้านสินค้าและบริการ ด้วยความเต็มใจ								
6	ความเอาใจใส่ ในการติดตามผลหลังการขาย และการแก้ไขปัญหา								
7	ความรู้เกี่ยวกับสินค้า การรับฟังปัญหา และตอบข้อซักถามได้ตรงประเด็น-ชัดเจน ของผู้แทนการขาย								
8	ความมีมารยาท-สุภาพ-อ่อนโยน การปฏิบัติตามสัญญา ในการให้บริการของผู้แทนการขาย								
9	ความเต็มใจ - กระตือรือร้น - เข้าพบอย่างสม่ำเสมอ ของผู้แทนการขาย								
10	ความพึงพอใจโดยรวม (ทุกข้อที่กล่าวมา)								

โปรดแนะนำ / เสนอแนะ อันเป็นประโยชน์ เพื่อการปรับปรุง พัฒนา คุณภาพ ผลิตภัณฑ์ และการบริการ

- 1
- 2
- 3



6. การวัดและวิเคราะห์คุณภาพผลการทำงาน (ต่อ)

บันทึกระดับคะแนนที่ลูกค้าประเมินความพึงพอใจ ในแบบฟอร์ม เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงในข้อเสนอแนะของลูกค้า

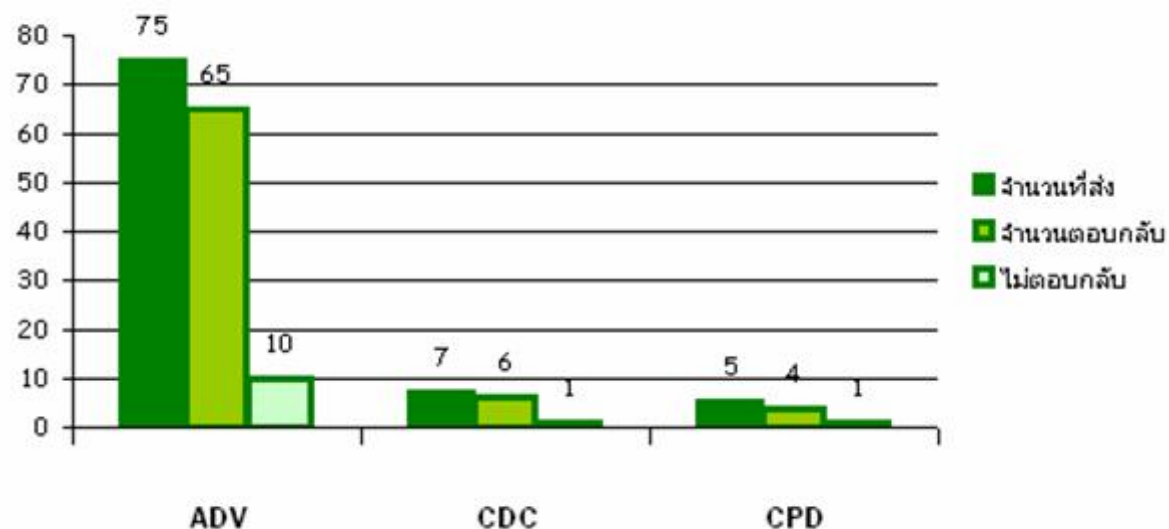
BU	ส่วนงาน	ลูกค้า	รายการ	ระดับคะแนน	ข้อปรับปรุงอื่น ๆ/ข้อเสนอแนะ
ADV	ขาย	บริษัท ก.ไค้ซิลค์สกรีน จำกัด	1. การให้คำแนะนำเบื้องต้นเกี่ยวกับสินค้าของเจ้าหน้าที่รับสั่งสินค้า	4	ลูกค้าแนะนำให้ดูเรื่องสต็อกสินค้าให้ด้วย
ADV	ขาย	บริษัท ก.ไค้ซิลค์สกรีน จำกัด	2. มารยาทการให้บริการของเจ้าหน้าที่รับสั่งสินค้า	4	
ADV	ขาย	บริษัท ก.ไค้ซิลค์สกรีน จำกัด	3. การให้บริการด้วยความเต็มใจ สุภาพ อ่อนโยน ของเจ้าหน้าที่ ที่ท่านติดต่อ	4	
ADV	ขาย	บริษัท ก.ไค้ซิลค์สกรีน จำกัด	4. ความเต็มใจและความกระตือรือร้นในการติดตามประสานงาน ของเจ้าหน้าที่ ที่ท่านติดต่อ	4	
ADV	ขาย	บริษัท ก.ไค้ซิลค์สกรีน จำกัด	5. ความรวดเร็วของการแก้ไขปัญหาด้านสินค้าและบริการ	4	
ADV	ขาย	บริษัท ก.ไค้ซิลค์สกรีน จำกัด	6. การติดตามผลหลังการแก้ไขปัญหา	4	
ADV	ขาย	บริษัท ก.ไค้ซิลค์สกรีน จำกัด	7. มารยาทในการให้บริการของผู้แทนการขาย	4	
ADV	ขาย	บริษัท ก.ไค้ซิลค์สกรีน จำกัด	8. ความรู้เกี่ยวกับสินค้าของผู้แทนการขาย	4	
ADV	ขาย	บริษัท ก.ไค้ซิลค์สกรีน จำกัด	9. ความเต็มใจ - กระตือรือร้น - เข้าพบอย่างสม่ำเสมอ ของผู้แทนการขาย	4	
ADV	ขาย	บริษัท ก.ไค้ซิลค์สกรีน จำกัด	10. ความพึงพอใจโดยรวม (ทุกข้อที่กล่าวมา)	4	



6. การวัดและวิเคราะห์คุณภาพผลการทำงาน (ต่อ)

แสดงแบบฟอร์ม การส่งแบบสอบถาม

BU	รายการ	จำนวนที่ส่ง	จำนวนตอบกลับ	ไม่ตอบกลับ	% การตอบกลับ
ADV	พฤศจิกายน	75	65	10	86.67
CDC	พฤศจิกายน	7	6	1	85.71
CPD	พฤศจิกายน	5	4	1	80.00





7. ความท้าทายต่อไป

ควบคุมการวางแผนการเข้าพบให้เป็นไปตามนโยบายของบริษัทอย่างเคร่งครัด

ลูกค้าเกรด A - 2 ครั้ง : 1 เดือน (หรือมากกว่าตามความเหมาะสมของสถานการณ์)

ลูกค้าเกรด B - 1 ครั้ง : 1 เดือน (หรือมากกว่าตามความเหมาะสมของสถานการณ์)

ลูกค้าเกรด C - 1 ครั้ง : 2 เดือน (หรือมากกว่าตามความเหมาะสมของสถานการณ์)



8. ปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการแก้ไข

1. ลูกค้าให้เข้าพบด่วน เพื่อแก้ไขปัญหาสินค้า ทำให้แผนการเข้าพบ ที่เตรียมไว้คาดเคลื่อน
 - **แนวทางแก้ไข** ให้ผู้แทนการขายแจ้งปรับเปลี่ยนแผนก่อนการเข้าพบลูกค้า เพื่อให้เจ้าหน้าที่บริหารงานขายปรับเปลี่ยนแผนให้ใหม่ เพื่อให้เหมาะสมกับเส้นทางเดียวกันกับลูกค้าที่มีปัญหา เพื่อให้การเข้าพบลูกค้าได้มากรายขึ้น สามารถประหยัดค่าใช้จ่าย การเข้าพบในแต่ละครั้ง
2. ลูกค้าเกรด C บางรายยังไม่มี E-Mail หรือไม่อยากให้ E-mail ทำให้การสื่อสารโดยการส่ง Mail ทำได้ยาก และ ลูกค้าอาจจะได้รับข่าวสารล่าช้า
 - **แนวทางแก้ไข** ใช้การสื่อสารทางโทรศัพท์แทน โดย ทีมงาน Support ภายใน เจ้าหน้าที่บริหารงานขาย, พนักงานรับคำสั่งซื้อ โทรแจ้งลูกค้า รวมถึงผู้แทนการขายเข้าพบลูกค้าด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ประเด็นที่ควรพิจารณา ลูกค้า C ของเราอาจจะเป็นลูกค้า A ของคู่แข่ง จึงจำเป็นต้องมีการติดต่อสื่อสาร ทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อนำข้อมูลมาตรวจสอบสถานะ และใช้ในการวางแผน ในกิจกรรมการขาย อาจจะได้ลูกค้า C กลับมาเป็น A ของเรา ในโอกาสต่อไป



9. ปัจจัยแห่งความสำเร็จ และความยั่งยืน

1. การให้ความสำคัญกับลูกค้า และ นำความต้องการของลูกค้าเป็นศูนย์กลาง
2. คำมั่นถึงกระบวนการถัดไป คือลูกค้าของเรา
3. ทีมงานมีส่วนร่วมในการร่วมกันคิด ร่วมกันทำ
4. การทำงานเป็นทีม โดยความร่วมมือร่วมใจ ของทีมงาน ที่ร่วมกันกำหนดแผนการเข้าพบ และหาวิธีปรับปรุง การทำงานให้มีคุณภาพ และเป็นระบบ
5. มีข้อมูลที่สำคัญ และจัดเก็บอย่างเป็นระบบ ที่ผ่านการวิเคราะห์ที่ล้นกรอง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวางแผนการขายอย่างครบถ้วน ทำการให้แผนงาน ครอบคลุมหัวข้อที่ต้องการ
6. ให้ความสำคัญ การดำเนินงานโดยใช้หลัก ของวงจรการจัดการงานขาย

PDCA



9. ปัจจัยแห่งความสำเร็จ และความยั่งยืน

7. กรณีที่มีการร้องเรียน จะต้องนำข้อมูลที่ได้จากการร้องเรียนไปใช้ในการวางแผน และใช้ในการก้าวสู่ระดับขั้นที่สูงขึ้นในความพยายามครั้งต่อไป การปฏิบัติการในขั้นนี้หมายถึง การปฏิบัติเพื่อการปรับปรุงให้ดีขึ้น ข้อร้องเรียนจากลูกค้าถือว่าเป็น ชุมทรัพย์แห่งการเรียนรู้ เพื่อการพัฒนาปรับปรุงอย่างไม่มีที่สิ้นสุด แสดงว่าลูกค้า ยังให้ความสำคัญ และสนใจ ที่จะเสริมสร้าง มิตรภาพที่ดี กับการเป็นหุ้นส่วนทาง ธุรกิจ กับองค์กรของเรา
8. การให้บริการที่รวดเร็ว แก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้ตรงจุด ตอบโจทย์ลูกค้าได้ ตรงประเด็น ทำให้ลูกค้ามีความประทับใจ อาจนำไปสู่ความภักดีที่ลูกค้ามีให้กับ ผลิตภัณฑ์ บริการ และองค์กร ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จ ส่งผลให้ลูกค้า เกิดการบอกต่อ
9. กำหนดเป็นมาตรฐาน ในการดำเนินงานของฝ่าย เพื่อให้การทำงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสามารถทำซ้ำได้



10. เอกสารอ้างอิง(ถ้ามี)

CBQWP 4.1.71 ขยายผลิตภัณฑ์และการบริการ

CHAIYABOON SUPERB SUPPLY SERVICE FOR SCREEN		CBQWP 4.1.7.1 การเข้าพบเพื่อเสนอขาย และทำการเจรจาต่อรองเงื่อนโซ			แก้ไขครั้งที่ : 4	หน้าที่ : 2/2
					วันที่บังคับใช้ : 26 พฤศจิกายน 2552	
ผู้รับผิดชอบ	หน่วยงานภายนอก	ผู้บริหารระดับสูง	ฝ่ายขายในประเทศ	ฝ่ายการตลาด	จุดควบคุม	ดัชนีวัดคุณภาพ (ขั้นตอนปฏิบัติงาน)
1. กำหนดผู้ดูแลลูกค้า และวางแผนการเข้าพบ	หน่วยงานภายนอก	<p>ขั้นที่ 1</p> <p>กำหนดนโยบายเกี่ยวกับสินค้าที่ต้องการเสนอขาย</p>	<p>ขั้นที่ 2</p> <p>กำหนดลูกค้า + จัดทำแผนการเข้าพบ และเตรียมเครื่องมือการขาย</p> <p>Crabtree Service Pkg.</p> <p>ใจาะใจ</p> <p>CBWFD0118</p> <p>ใบเสนอราคา</p> <p>CBWFD0262</p> <p>CBWFD0609</p>		<p>2) 4.1.7.1 - 01 File ใจาะใจต้องมีข้อมูลลูกค้าเกรด A=90%, B=80%, C=70%</p> <p>2) 4.1.7.1 - 02 จัดทำแผนการเข้าพบประจำสัปดาห์เสร็จภายในวันจันทร์ ก่อน 10.00 น.</p> <p>2) 4.1.7.1 - 03 ใบขอเบิก CBWFD0118 หรือ CBWFD0262 ต้องกรอกข้อมูลให้ครบถ้วนและถูกต้อง โดยเฉพาะรหัสลูกค้าที่ถอดตัวลงใส่สินค้าและจำนวน</p>	
2. เข้าพบเพื่อเสนอขาย	<p>ขั้นที่ 4</p> <p>ลูกค้าพิจารณาคุณภาพบริการและราคาสินค้า</p> <p>ใบเสนอราคา</p> <p>CBWFD0088</p>		<p>ขั้นที่ 3</p> <p>เข้าพบเพื่อเสนอขายวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า</p> <p>แผนการเข้าพบ</p> <p>ใบเสนอราคา</p> <p>CBWFD0088</p>		<p>2) 4.1.7.1 - 04 อำนาจอนุมัติในการขอเบิกตัวอย่าง ตามตาราง A/S</p> <p>2) 4.1.7.1 - 05 การเบิกตัวอย่างสินค้า - กรณีเบิกจาก KW ได้แก่ สินค้า Standard, หมึกผสม - กรณีเบิกจากคลังสินค้า ได้แก่ สินค้า Standard</p>	
3. การเจรจาต่อรองเงื่อนโซเพื่อปิดการขาย	<p>ขั้นที่ 3</p> <p>ลูกค้าพิจารณาราคาความเงื่อนโซ</p> <p>ขั้นที่ 8</p> <p>ลูกค้าพิจารณาเงื่อนโซ</p>	<p>ขั้นที่ 5.1</p> <p>พิจารณา/อนุมัติ</p> <p>ขั้นที่ 7</p> <p>พิจารณา/อนุมัติ</p>	<p>ขั้นที่ 5.2</p> <p>ไม่มีเงื่อนโซ</p> <p>ขั้นที่ 5.1</p> <p>มีเงื่อนโซ</p> <p>ขั้นที่ 6</p> <p>นำเสนอราคาต่ำกว่า Min</p> <p>ขั้นที่ 8</p> <p>จัดทำใบเสนอราคา</p> <p>CBQWP 4.2.1 การขายเงินสด</p> <p>CBQWP 4.2.1.1 ตกกลับคำสั่งสั่งซื้อลูกค้าเครดิต</p>	<p>CBQWP 4.1.7.1.3</p> <p>การวิเคราะห์และพิจารณาอนุมัติราคาขายเพื่อการแข่งขัน</p>	<p>3) 4.1.7.1 - 06 เข้าพบลูกค้าตามแผนดังนี้</p> <p>ลูกค้าเกรด A - 2 ครั้ง : 1 เดือน</p> <p>ลูกค้าเกรด B - 1 ครั้ง : 1 เดือน</p> <p>ลูกค้าเกรด C - 1 ครั้ง : 2 เดือน</p> <p>5.1) 4.1.7.1 - 07 กรณีลูกค้าต้องการให้ทำสติกสินค้าล่วงหน้า ฝ่ายขายต้องแจ้งให้ลูกค้าสั่งจองเป็นลายลักษณ์อักษร โดยเปิดใบขอซื้อ หรือ เอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร (ลงนามโดยผู้มีอำนาจ)</p>	<p>ดัชนีวัดคุณภาพ (ระเบียบปฏิบัติ)</p> <p>4.1.7.1 - 00 อัตราส่วนการเข้าพบลูกค้า ตามแผน (> 90%)</p>



CHAIYABOON

inKnovation

ถาม - ตอบ